

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
MANAJEMEN LABA**
(Studi Kasus Pada Perusahaan Non Keuangan dan Jasa yang
Terdaftar di BEI tahun 2010-2012)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ARVINA ARIEF
NIM. 12030110120120

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Arvina Arief
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120120
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi
Kasus Pada Perusahaan Non Keuangan dan
Jasa yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2012)**
Dosen Pembimbing : Drs. M. Didik Ardiyanto, M.Si., Akt.

Semarang, 2 Juni 2014

Dosen Pembimbing,

(Drs. H. M. Didik Ardiyanto, M.Si., Akt.)

NIP. 196606161992031002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Arvina Arief
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120120
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN**
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi
Kasus Pada Perusahaan Non Keuangan dan
Jasa yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2012)

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 11 Juni 2014

Tim Penguji:

1. Drs. H. M. Didik Ardiyanto, M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. Dwi Ratmono, M.Si., Akt. (.....)
3. Puji Harto, S.E., M.Si., Akt., Ph.D. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Arvina Arief, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Non Keuangan dan Jasa yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2012)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 2 Juni 2014

Yang membuat pernyataan,

Arvina Arief

NIM. 12030110120120

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the influence of corporate social responsibility disclosure on earning management practice. Independent variable used in this study is corporate social responsibility disclosure that measured using CSR Index (CSRI) based on GRI. Dependent variable used in this study is earning management that measured using proxy of discretionary accruals. Leverage, growth, and return on asset also used as control variables.

The population in this study consists of all listed firm in Indonesia Stock Exchange in year 2010, 2011, and 2012. Sampling method used is purposive sampling. A firm criteria are non financial and service at that year which publish sustainability report and also the completed information of financial report. The total sample are 41 firm data. Analysis test using a model of ordinary least square regression analysis.

The result of this study show that corporate social responsibility disclosure not significant influenced and have positively on earning management. This result can be proved in the t-test by 5% significantly level.

Keyword : *corporate social responsibility disclosure, earning management, leverage, growth, return on asset*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap praktik manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR (CSR *disclosure*) yang diukur menggunakan Indeks CSR (CSRI) yang berpedoman pada GRI. Variabel dependen yang digunakan adalah manajemen laba yang diukur menggunakan proksi *discretionary accrual*. Penelitian ini menggunakan tiga variabel kontrol yaitu *leverage*, *growth*, dan *return on assets*.

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010, 2011, dan 2012. Metode sampling dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria perusahaan yang digunakan merupakan perusahaan non keuangan dan jasa pada tahun bersangkutan, dan menerbitkan laporan berkelanjutan serta laporan keuangan yang lengkap. Total sampel dalam penelitian ini adalah 41 sampel perusahaan. Uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi *ordinary least square*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan positif terhadap manajemen laba. Hal ini dapat dilihat pada uji t dengan tingkat signifikansi 5%.

Kata Kunci: pengungkapan *corporate social responsibility*, manajemen laba, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, *return on assets*.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jangan sampai tertundanya karunia Tuhan kepadamu, setelah kau mengulang-ulang doamu, membuatmu putus asa. Karena Dia menjamin pengabulan doa sesuai pilihan-Nya, bukan sesuai pilihanmu; pada waktu yang diinginkan-Nya, bukan pada waktu yang kau inginkan.

(Ibnu Atha'illah al-iskandari)

Bila Anda berani bermimpi tentang sukses berarti anda sudah memegang kunci kesuksesan hanya tinggal berusaha mencari lubang kunci tersebut untuk membuka gerbang kesuksesan.

(John Savique Capone)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ayah, Ibu, dan Kakak-kakakku tercinta

Sahabat dan teman-temanku tersayang

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat-Nya sehingga penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Kasus Pada Perusahaan Non Keuangan dan Jasa yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2012)”** dapat diselesaikan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Drs. M. Didik Ardiyanto, M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, memberikan motivasi, arahan dan nasehat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
3. Bapak Faisal, S.E., M.Si., selaku dosen wali.
4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah mengajarkan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat serta kepada seluruh staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam proses perkuliahan.
5. Segenap staf perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu dan memberikan pelayanan yang baik.
6. Orang tua tercinta Bapak Amril Arief dan Ibu Amalia Amrad yang selalu memberikan motivasi, nasehat dan doa yang tiada henti serta kakak-kakak

saya tercinta Fachrizal, Febriandi, dan Aldi Fajar yang selalu memberikan dorongan dan doa untuk penulis.

7. Teman-temanku yang telah berjuang bersama dan telah menghabiskan suka duka dan mendengarkan keluh kesah dari awal kuliah sampai akhir, Silvi, Indri, Lina, Anitya, Novy, Andi, Tatang, Hisyam, Erlang, Evan, Rido, Seger, Fian, Alto dan Toying.
8. Teman-teman yang selalu membantu saya dan memberikan masukan yang bermanfaat, Nurani, Agnes, Syoraya, Vira, Tika, Ema, Tasya, Andhika, Yogi, Amos, Rifai, Aldo, Habibi, Yudha, Norman, dan Rigiz.
9. Teman-teman Akuntansi 2010 R1 yang sangat membanggakan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
10. Pak Harto, Mbak Wanti, dan Uut yang telah menemani penulis selama masa kuliah dan memberikan motivasi yang tinggi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan sebagai input bagi penulis agar dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, Juni 2014

Arvina Arief

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Keagenan	12
2.1.2 Teori Legitimasi.....	14
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	15
2.1.4 Manajemen Laba.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis	28

2.4.1 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Manajemen Laba	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.1.1 Variabel Dependen.....	30
3.1.1.1 Manajemen Laba.....	30
3.1.1.1.1 <i>Discretionary Accrual</i>	31
3.1.2 Variabel Independen	33
3.1.2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	33
3.1.3 Variabel Kontrol	34
3.1.3.1 <i>Leverage</i>	34
3.1.3.2 <i>Growth</i>	35
3.1.3.3 <i>Return on Assets</i>	35
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Metode Analisis	37
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	37
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	38
3.5.2.2 Uji Heteroskedasitas	40
3.5.2.3 Uji Autokorelasi.....	41
3.5.3 Analisis Regresi	41
3.5.4 Uji Hipotesis	42
3.5.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	43
3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43

3.5.4.3 Uji Statistik t	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi dan Objek Penelitian.....	45
4.2 Analisis Data	46
4.2.1 Variabel Manajemen Laba	47
4.2.2 Statistik Deskriptif	48
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	55
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas	58
4.2.3.3 Uji Autokorelasi.....	61
4.2.4 Uji Hipotesis	63
4.2.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	63
4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.2.4.3 Uji t	65
4.3 Interpretasi Hasil	68
4.3.1 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Manajemen Laba	68
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Keterbatasan.....	72
5.3 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4.1 Perincian Sampel.....	46
Tabel 4.2 Perhitungan Koefisien <i>Discretionary Accruals</i>	47
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.4 Deskriptif Pengungkapan CSR	51
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Glejser	60
Tabel 4.7 Hasil Durbin Watson.....	61
Tabel 4.8 Hasil Runs Test	62
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Histogram Normalitas.....	56
Gambar 4.2 Normal Probability Plot.....	56
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	59

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A DAFTAR SAMPEL PERUSAHAAN	80
LAMPIRAN B INDEX GRI	81
LAMPIRAN C TABULASI DATA PERUSAHAAN	88
LAMPIRAN D HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	90
LAMPIRAN E HASIL UJI ASUMSI KLASIK	91
LAMPIRAN F HASIL UJI HIPOTESIS	95

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan mengenai alasan yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian mengenai pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan non keuangan dan jasa di Indonesia. Latar belakang ini akan dijadikan landasan rumusan penelitian yang menjadi fokus penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang akan diuraikan pada bab ini.

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan suatu bisnis, perusahaan tentunya memiliki tanggung jawab bagi pemangku kepentingannya, baik itu dari pihak internal maupun pihak eksternal. Pemangku kepentingan yang dapat terlibat dalam suatu bisnis yaitu pemilik atau pemegang saham, kreditor, karyawan, pemasok (*supplier*), konsumen, komunitas, serta lingkungannya itu sendiri. Tanggung jawab yang dilakukan perusahaan ini merupakan tanggung jawab sosial dengan melihat seberapa besar kesadaran perusahaan mengenai bagaimana keputusan bisnisnya dapat mempengaruhi masyarakat (Madura, 2009).

Tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR), pada kenyataannya lebih berorientasi pada masyarakat dan bisnis. Perusahaan yang selalu menargetkan profit terhadap bisnisnya apakah dapat pula memberikan tanggung jawab atas hak masyarakat umum, mengingat

besarnya pengaruh bisnis yang dilakukan. Menurut Marhun dalam Sueb (2001), apabila perusahaan tidak memperhatikan seluruh faktor yang mengelilinginya, mulai dari karyawan, konsumen, lingkungan dan sumber daya alam sebagai satu kesatuan yang saling mendukung suatu sistem, maka tindakan itu akan mengakhiri eksistensi perusahaan itu sendiri. Tanggung jawab sosial ini dapat diartikan sebagai komitmen industri untuk mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya. Dampak sosial perusahaan tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang tinggi pula, dan begitu juga sebaliknya. Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan disosialisasikan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (Yap dan Widyaningdyah, 2009). Pendukung *Corporate Social Responsibility* menyarankan perusahaan sebaiknya terlibat dalam aktivitas tanggung jawab sosial yang memberikan berbagai manfaat bagi pemangku kepentingan (Kim, Park, dan Wier, 2012).

Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie, 1990 dalam Yap dan Widyaningdyah, 2009). Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial mungkin akan kehilangan kesempatan investasi dalam sektor

keuangannya, karena perusahaan harus mengorbankan kesempatan tersebut untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial (Reyes, 2002 dalam Velda, 2013). Jika tanggung jawab sosial dilakukan secara konsisten, maka perusahaan yang melakukannya akan dianggap sebagai perusahaan yang beroperasi untuk kesejahteraan masyarakat (Osho, 2009 dalam Velda, 2013).

Awalnya, tanggung jawab sosial ini memang sengaja dilakukan oleh pihak perusahaan secara sukarela untuk membangun citra positif di masyarakat, tetapi pada tahun 2007, Indonesia mewajibkan perusahaan-perusahaan yang memiliki usaha berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut. Kebijakan ini juga memperkuat pendapat Grant Thornton (2008) bahwa tanggung jawab sosial tidak lagi menjadi domain dari perusahaan besar, melainkan merupakan suatu keharusan bagi semua pihak yang menjalankan bisnis. Hal ini dapat dilihat pada Undang-undang No. 40 mengenai Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 pasal 15(b) disebutkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan pada pasal 34 disebutkan pula bahwa perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban yang telah ditentukan dalam pasal 15 akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Dalam laporan tahunan perusahaan, *corporate social responsibility* ini tentunya menjadi salah satu strategi bisnis perusahaan untuk meningkatkan labanya. Laba merupakan salah satu indikator yang terdapat pada laporan keuangan perusahaan yang digunakan para investor untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, kualitas laba yang baik sangatlah dibutuhkan para investor atau pemegang saham. Jika investor atau pihak lainnya tidak percaya pada angka-angka yang dilaporkan dalam laporan keuangan, maka pasar modal akan rusak (Kieso *et al.*, 2007). Pihak manajemen dalam perusahaan juga dapat memberikan kebijakan dalam penyusunan laporan keuangan untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini dikarenakan proses penyusunan laporan keuangan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yang dapat menentukan kualitas laporan keuangan. Scott (2003) mengatakan bahwa pilihan kebijakan akuntansi yang dilakukan manajer untuk tujuan tertentu itulah yang disebut dengan manajemen laba.

Manajemen laba ini memberikan fleksibilitas bagi manajer untuk melindungi diri maupun perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Watt dan Zimmerman (1978) dalam Dianita (2010) menetapkan manajemen laba sebagai tindakan manajer dalam menggunakan kebijakan akuntansi terhadap pelaporan angka-angka akuntansi yang tidak sesuai dengan kondisi ekonomi perusahaan yang sebenarnya dan menyesatkan pihak investor dalam mengambil keputusan ekonomi dengan adanya angka laba tersebut. Menurut Scott (2003), banyak penyebab yang membuat pihak manajer melakukan manajemen laba, salah satunya yaitu manajer akan berusaha mengatur laba bersih agar dapat

memaksimalkan bonus yang diperolehnya. Selain itu, manajer dapat juga mengurangi laba bersih yang dilaporkan agar nilai pembayaran pajak yang lebih kecil. Adanya aktivitas tanggung jawab sosial ini dapat membuat pihak manajemen yang berada dalam perusahaan lebih leluasa untuk melakukan praktik manajemen laba, karena dengan dilakukannya kegiatan CSR akan membuat respon positif dimata investor maupun masyarakat sehingga dapat menutupi kecurangan-kecurangan yang telah dilakukan pihak manajer.

Di sisi lain, pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan membuat informasi keuangan yang terdapat pada laporan keuangan lebih jelas dan transparan. Menurut Kim, Park, dan Wier (2012), *Corporate Social Responsibility* merupakan pelaporan dari aktivitas tanggung jawab sosial yang umum bagi investor, pelanggan, dan pihak *stakeholder* lainnya untuk menuntut transparansi yang lebih besar mengenai semua aspek bisnis. Laporan tahunan menjadi lebih terpercaya bagi investor maupun pihak yang menggunakan laporan tersebut dalam pengambilan keputusan. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial yang mengeluarkan usaha dan sumber daya dalam memilih dan menerapkan praktek *corporate social responsibility* untuk memenuhi harapan etis para pemegang saham dalam masyarakat, cenderung membatasi penggunaan manajemen labanya sehingga memberikan investor informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan.

Penelitian mengenai hubungan antara tanggung jawab sosial (CSR) dan manajemen laba ini pertama kali dieksplorasi oleh Chih, Shen, dan Kang (2008) serta Prior, Surroca, dan Tribo (2008). Penelitian yang dilakukan Prior *et al.*

(2008) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara praktik manajemen laba (*earnings management*) dengan *corporate social responsibility*. Sedangkan Chih *et al.* (2008) menemukan adanya hubungan negatif antara CSR dengan manajemen laba, ketika manajemen laba diproksikan dengan perataan laba (*income smoothing*). Putri (2012) dan Palguna Putra (2013) juga membuktikan adanya hubungan negatif dan signifikan antara pengungkapan CSR terhadap manajemen laba. Nastiti (2010) dan Fan (2013) menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara CSR dan manajemen laba. Menurut Nastiti (2010), penerapan CSR di Indonesia tidak menjamin lebih sedikitnya praktek manajemen laba yang dilakukan, hal ini disebabkan adanya perbedaan cara pandang dan budaya masyarakat, serta supremasi hukum yang belum sempurna. Yip *et al.* (2011) menemukan adanya hubungan negatif dan signifikan antara CSR dan manajemen laba pada perusahaan minyak dan gas, serta adanya hubungan positif dan signifikan pada perusahaan pangan. Makni Gargouri *et al.* (2010) menemukan adanya hubungan positif antara kinerja sosial perusahaan dengan manajemen laba. Patten *et al.* (2003) menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara pengungkapan lingkungan dan manajemen laba.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh Kim, Park, dan Wier (2012) yang meneliti keterkaitan antara tanggung jawab sosial dan kualitas laba yang diukur melalui manajemen laba. Sama dengan halnya penelitian pada Chih *et al.* (2008), penelitian Kim *et al.* (2012) juga menemukan adanya hubungan negatif antara CSR dengan manajemen laba. Penelitian ini sendiri memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kim

et al. (2012). Pada penelitian Kim *et al.* (2012), *corporate social responsibility* sebagai variabel independen diukur melalui kinerja CSR dengan menggunakan *CSR Scores* berdasarkan informasi dari *KLD Research & Analytics*, yang pada penelitian ini CSR diukur menggunakan pengungkapan CSR dengan menggunakan *CSR Index* yang pengungkapannya disyaratkan pada GRI (*Global Reporting Initiative*). Sedangkan manajemen laba sebagai variabel dependen diukur menggunakan *discretionary accrual*, *real activities manipulation*, dan *Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs)*, yang pada penelitian ini diukur menggunakan *discretionary accrual*. Proksi *Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs)* tidak digunakan dalam penelitian ini dikarenakan AAERs merupakan aturan yang berada di Amerika untuk mengidentifikasi perusahaan yang menjadi subjek dari tindakan paksaan SEC atas pelanggaran GAAP.

Banyaknya kontradiktif dan variasi hasil penelitian terdahulu seperti yang telah disebutkan diatas, maka disusunlah penelitian ini dengan membahas pengaruh pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial terhadap *earnings management* atau manajemen laba.

1.2 Rumusan Masalah

Pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial memiliki banyak manfaat dan keuntungan terhadap perusahaan yang menjalankannya. Kegiatan tanggung jawab sosial ini membangun citra positif di masyarakat, pemerintah, serta pihak lain yang terkena dampaknya. Hal ini membuat para pemangku kepentingan

perusahaan mendukung penuh untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial tersebut. Adanya pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan akan membuat informasi keuangan lebih transparan bagi pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan. Transparansi ini akan membuat pihak manajemen membatasi penggunaan praktik manajemen labanya. Di sisi lain, pihak manajemen dapat juga menutupi kecurangan-kecurangan yang telah diperbuat dengan melakukan aktivitas tanggung jawab sosial untuk mendapat respon positif dari pihak masyarakat dan tentunya pihak investor pula. Kecurangan ini dapat dilakukan dalam bentuk praktik manajemen laba dengan tujuan tertentu.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan praktik manajemen laba ini telah menarik perhatian banyak peneliti karena bersangkutan dengan keberlangsungan perusahaan dan kualitas laba dari perusahaan tersebut. Akan tetapi, dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan belum adanya hasil yang jelas dari hubungan kedua variabel ini atau bisa dibilang masih terdapat kontradiktif. Penelitian sebelumnya telah banyak menjelaskan mengenai pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Masih sedikitnya penelitian yang membahas mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap manajemen laba, membuat peneliti melakukan penelitian ini yang mengacu pada penelitian Kim, *et al.* (2012). Oleh karena itu, dapat dirumuskan permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: *Apakah perusahaan yang mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan akan membatasi tindakan praktik manajemen laba?*

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan perumusan masalah, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengetahui adanya pengaruh signifikan atau tidak antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba pada perusahaan non keuangan dan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Manajemen

Memberikan informasi kepada pihak manajemen yang melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial untuk diungkapkan dalam laporan tahunan agar menghasilkan laporan keuangan maupun non keuangan yang berkualitas tinggi.

2. Investor dan kreditur

Memberikan informasi kepada pihak investor dan kreditur agar dapat membedakan informasi keuangan yang akurat dan transparan dari informasi yang kurang dapat diandalkan. Selain itu, dapat menjadi dasar bagi investor dan kreditur untuk selalu memperhatikan setiap kebijakan yang dibuat manajemen terutama terkait dengan kegiatan tanggung jawab sosial.

3. Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam pengembangan teori terutama yang menyangkut masalah tanggung jawab sosial dan manajemen laba.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dibagi dalam lima bab yang akan menjelaskan secara rinci isi penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian dilakukan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang mendasari dilakukannya penelitian ini, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti serta menjadi acuan penulis dalam penelitian ini, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek dan variabel penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, keterbatasan penelitian, serta saran-saran perbaikan yang diharapkan dapat berguna bagi pembaca.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menguraikan mengenai teori-teori yang menjadi landasan dilakukannya penelitian ini serta konsep dari *Corporate Social Resonsibility* dan manajemen laba itu sendiri. Selanjutnya akan diuraikan mengenai penelitian-penelitian sejenis yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, kerangka pemikiran dari penelitian ini, serta pengembangan hipotesis untuk penelitian ini.

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini mendasar pada teori keagenan dan teori legitimasi, dimana teori keagenan menjelaskan mengenai perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen, serta teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan. Teori keagenan ini akan menjadi landasan dari praktik manajemen laba, sedangkan teori legitimasi menjadi dasar dari aktivitas tanggung jawab sosial.

2.1.1 Teori Keagenan

Menurut Salno dan Baridwan (2000:19), konsep manajemen laba menggunakan pendekatan teori keagenan (*agency theory*) yang menyatakan bahwa ”praktek *earning management* dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya”. Konflik tersebut dapat muncul akibat pemilik sebagai *principal*

tidak dapat memonitor aktivitas manajemen sehari-hari untuk memastikan bahwa pihak manajemen selaku *agent* bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham (pemilik).

Perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba yang dapat menyesatkan pemilik perusahaan mengenai kinerja ekonomi perusahaan. Hendriksen dan Breda (2000) mengemukakan bahwa teori keagenan menimbulkan masalah-masalah yang disebabkan oleh informasi yang tidak lengkap atau informasi asimetris, yaitu ketika tidak semua keadaan diketahui oleh kedua pihak dan sebagai akibatnya terdapat konsekuensi-konsekuensi tertentu yang tidak dipertimbangkan oleh keduanya.

Menurut Eisenhardt (1989) dalam teori keagenan terdapat tiga asumsi sifat manusia, yaitu :

- a. pada dasarnya manusia mementingkan diri sendiri (*self-interest*)
- b. daya pikir manusia mengenai persepsi masa depan sangat terbatas (*bounded rationality*)
- c. manusia selalu berusaha untuk menghindari resiko (*risk averse*).

Berdasarkan sifat manusia tersebut, dapat kita lihat bahwa seorang manajer sebagai manusia juga dapat melakukan tindakan yang mengutamakan kepentingan pribadinya serta akan melakukan hal-hal untuk menghindari resiko-resiko yang akan dihadapi.

2.1.2 Teori Legitimasi

Menurut Lindblom (1993), legitimasi merupakan suatu kondisi dimana sistem nilai sebuah entitas sama dengan sistem nilai dari sistem sosial masyarakat dimana suatu entitas menjadi bagian dari masyarakat. Teori legitimasi ini dapat diterapkan pada perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Perusahaan menjadi bagian dari suatu komunitas dan lingkungannya itu sendiri. Dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan tersebut, akan sangat berpengaruh terhadap masyarakat sekitar, sehingga apa yang dilakukan oleh pihak perusahaan akan kembali lagi kepada masyarakat tersebut. Oleh karena itu, manajemen perusahaan membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya. Hal ini juga sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Hanifa dan Cooke, 2005).

Teori Legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat (Ulman, 1982; dalam Ghazali dan Chariri, 2007). Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Sesuai dengan pendapat Guthrie dan Parker (1990), *legitimacy theory* adalah organisasi mendasarkan operasi bisnisnya pada lingkungan sosial

perusahaan melalui kontrak sosial yang disetujui dan berbagai keinginan masyarakat sebagai bentuk penghargaan atas persetujuan organisasi dan keberlanjutan perusahaan. Dengan teori ini, perusahaan harus memperhatikan kepentingan dari berbagai pihak, bukan hanya dari pihak perusahaan saja. Semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan sosial yang memberikan dampak positif bagi pihak lain membuat manfaat dan kemajuan tersendiri bagi pihak perusahaan. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Retno dan Priantinah, 2012).

2.1.3 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan suatu sikap yang ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap para pemangku kepentingan perusahaan atau *stakeholders* dalam mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), tanggung jawab sosial merupakan sebuah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan perusahaan, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat, baik bagi kelangsungan bisnis perusahaan maupun untuk

pembangunan. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan ini berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dimana suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, melainkan juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang.

Menurut Nuryana dalam Suharto (2006) tanggung jawab sosial merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Brilliant (1988) menyatakan bahwa terdapat beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan sering diidentikkan dengan tanggung jawab sosial atau CSR ini, antara lain:

- a. Pemberian/Amal Perusahaan (*Corporate Giving/Charity*),
- b. Kedermawanan Perusahaan (*Corporate philanthropy*),
- c. Relasi Kemasyarakatan Perusahaan (*Corporate Community/Public Relations*),
- d. Pengembangan Masyarakat (*Community Development*).

Keempat nama tersebut dapat pula dilihat sebagai dimensi atau pendekatan tanggung jawab sosial dalam konteks Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment/Investing*).

Tanggung jawab sosial ini dapat dikatakan sebagai investasi sosial yang akan menjamin kesinambungan dari usaha yang dilakukan perusahaan saat ini dan merupakan salah satu strategi jangka panjang perusahaan untuk memberikan nilai tambah kepada masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab sosial dapat dikatakan suatu strategi perusahaan untuk membangun citra positif di mata masyarakat yang akan berpengaruh positif pula terhadap perusahaan tersebut.

Terdapat beberapa konsep piramida yang dikembangkan oleh Archie B. Carrol (1999). Konsep piramida ini memberikan pertimbangan teoritis dan logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya, yaitu:

1. Tanggung jawab ekonomis

Tujuan utama perusahaan melakukan suatu bisnis adalah untuk menghasilkan laba (*make a profit*). Laba ini menjadi fondasi berdirinya perusahaan. Untuk itu, perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.

2. Tanggung jawab legal

Perusahaan yang berdiri di suatu negara harus mentaati hukum yang berlaku di negara tersebut (*obey the law*). Meskipun tujuan utama perusahaan mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah setempat.

3. Tanggung jawab etis

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tetap harus memperhatikan etika yang baik, benar, adil, dan wajar (*be ethical*). Norma-norma yang berlaku di masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan.

4. Tanggung jawab filantropis

Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua (*be a good citizen*). Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*.

2.1.4 Manajemen Laba

Manajemen laba (*earnings management*) merupakan suatu tindakan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan agar terbentuk informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*) yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan (Merchant, 1989). Selain itu, terdapat definisi *earnings management* menurut Sugiri (1998) yang dikutip oleh Widyaningdyah (2001):

a. Definisi sempit

Manajemen laba didefinisikan sebagai sikap atau tindakan manajer untuk mengatur komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besar kecilnya laba melalui metode akuntansi.

b. Definisi luas

Manajemen laba merupakan suatu tindakan manajer untuk meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit yang menjadi tanggung jawabnya tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi jangka panjang tersebut.

Tindakan manajemen laba ini merupakan suatu kegiatan yang memanipulasi laporan keuangan. Mempengaruhi laba yang dilaporkan dan memberikan manfaat ekonomi yang keliru terhadap perusahaan dalam jangka panjang akan mengganggu bahkan membahayakan bagi kelangsungan perusahaan itu sendiri. Menurut Assih dan Gudono (2000), manajemen laba merupakan proses yang dilakukan dengan sengaja dalam batasan *General Accepted Accounting Principles (GAAP)* untuk mengarah pada tingkatan laba yang dilaporkan. Manajemen laba membuat informasi keuangan yang disediakan oleh pihak perusahaan menjadi kurang akurat dan menyebabkan para investor maupun pihak lain yang menggunakan laporan keuangan tidak menerima informasi yang cukup akurat pula mengenai laba perusahaan.

Menurut Scott (2003) terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan *earnings management*, antara lain sebagai berikut:

1. Motivasi bonus

Manajer akan berusaha mengatur laba bersih perusahaan agar dapat memaksimalkan bonus yang akan didapatnya.

2. Motivasi kontrak

Manajer menaikkan laba bersih untuk mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami *technical default* dalam utang jangka panjangnya.

3. Motivasi politik

Manajer tidak dapat melepaskan aspek politis dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan industri yang strategis karena aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak.

4. Motivasi pajak

Manajer terkadang mengambil tindakan untuk mengurangi laba bersih perusahaan yang dilaporkan untuk pembayaran pajak yang lebih kecil pula.

5. Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*)

Banyak motivasi yang timbul berkaitan dengan CEO, seperti CEO yang mendekati masa pensiun akan meningkatkan bonusnya, CEO yang kurang berhasil memperbaiki kinerjanya untuk menghindari pemecatannya, serta CEO baru yang sengaja melakukan manajemen laba untuk menunjukkan kesalahan dari CEO sebelumnya.

6. Penawaran saham perdana (IPO)

Manajer perusahaan yang *going public* melakukan *earnings management* untuk memperoleh harga yang lebih tinggi atas sahamnya dengan harapan mendapatkan respon pasar yang positif terhadap peramalan laba sebagai sinyal dari nilai perusahaan.

7. Motivasi pasar modal

Manajer sengaja melakukan manajemen laba misalnya untuk mengungkapkan informasi pribadi yang dimiliki perusahaan kepada investor dan kreditor.

Menurut Stice *et al.* (2009), terdapat empat alasan yang mendorong para manajer untuk memanipulasi laba yang dilaporkan:

1. Memenuhi target internal
2. Memenuhi harapan eksternal
3. Meratakan atau memuluskan laba (*income smoothing*)
4. Mempercantik laporan keuangan (*window dressing*) untuk keperluan Penjualan Saham Perdana (*Initial Public Offering-IPO*) atau untuk memperoleh pinjaman dari bank.

Sedangkan berbagai pola yang sering dilakukan manajer dalam melakukan *earnings management* menurut Scott (2003) adalah:

1. *Taking a bath*

Bila perusahaan harus melaporkan laba yang tinggi, manajer akan diminta untuk melaporkan laba yang tinggi pula. Konsekuensinya manajer akan menghapus aset dengan harapan laba yang akan datang dapat meningkat. Bentuk ini mengakui adanya biaya pada periode yang akan datang sebagai kerugian pada periode berjalan, ketika kondisi buruk yang tidak menguntungkan tidak dapat dihindari pada periode tersebut. Untuk itu manajemen harus menghapus beberapa aset dan membebankan perkiraan

biaya yang akan datang pada saat ini serta melakukan *clear the desk*, sehingga laba yang dilaporkan di periode yang akan datang dapat meningkat.

2. *Income minimization*

Income minimization dilakukan sebagai alasan politis pada periode laba yang tinggi dengan mempercepat penghapusan aset tetap dan aset tak berwujud dan mengakui pengeluaran-pengeluaran sebagai biaya. Pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud agar tidak mendapat perhatian secara politis, kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aset tak berwujud, biaya iklan dan pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan, hasil akuntansi untuk biaya eksplorasi.

3. *Income maximization*

Tindakan ini bertujuan untuk melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Perencanaan bonus yang didasarkan pada data akuntansi mendorong manajer untuk memanipulasi data akuntansi tersebut guna menaikkan laba untuk meningkatkan pembayaran bonus tahunan. Jadi tindakan ini dilakukan pada saat laba menurun. Perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang mungkin akan memaksimalkan pendapatan.

4. *Income smoothing*

Income smoothing dilakukan dengan meratakan laba yang dilaporkan untuk tujuan pelaporan eksternal, terutama bagi investor karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

2.2 Penelitian Terdahulu

Selain berpedoman kepada teori-teori yang diperoleh dari literatur-literatur yang dijadikan acuan, penelitian ini juga melihat pada penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian ini antara lain:

Kim, Park, dan Wier (2012) meneliti mengenai keterkaitan antara tanggung jawab sosial dan kualitas laba melalui manajemen laba. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu dilihat dari data perusahaan yang termasuk dalam *Compustat database*. Variabel yang digunakan ialah *corporate social responsibility* pada variabel independen dan manajemen laba pada variabel dependen dengan proksi *discretionary accrual*, *real activities manipulation*, dan *Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs)*. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *corporate social responsibility* dan *discretionary accrual*, *real activities manipulation*, dan *Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs)*. Dari hasil tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR membuat pelaporan keuangan lebih transparan dan memotivasi pihak manajer untuk bersikap jujur, dapat dipercaya, dan beretika.

Nastiti (2010) menguji mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba. Variabel independen *corporate social responsibility* diukur menggunakan skor hasil survei yang dicapai perusahaan dalam *corporate social responsibility index (CSRI)*, variabel dependen manajemen laba diukur menggunakan *discretionary accrual*. Penelitian

ini menggunakan pengujian hipotesis yang diuji dengan analisis regresi linear sederhana dan tingkat signifikan yang digunakan adalah 5%. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara *corporate social responsibility* dan manajemen laba.

Palguna Putra (2013) meneliti mengenai pengaruh tingkat pengungkapan item CSR terhadap manajemen laba. Penelitian ini meneliti perusahaan yang mampu berada dalam indeks SRI KEHATI selama 3 tahun berturut-turut dari tahun 2009-2011. Tujuan dari penelitian ini adalah menunjukkan pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap manajemen laba dengan profitabilitas sebagai variabel kontrol. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda dengan tingkat penerimaan hipotesis 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan item item CSR ini memiliki pengaruh negatif terhadap manajemen laba yang berimplikasi pada kualitas laba.

Putri (2012) meneliti mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur tahun 2008-2011 yang melakukan pengungkapan CSR secara konsisten. Penelitian ini menggunakan variabel kontrol yaitu ROA, SIZE, kepemilikan insider, kepemilikan institusional, dan kepemilikan blockholder. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan didapat 28 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara negatif terhadap manajemen laba. Dari hasil tersebut peneliti menyimpulkan apabila

pengungkapan CSR semakin banyak maka manajemen laba yang terjadi semakin sedikit.

Selanjutnya, penelitian mengenai pelaporan CSR terhadap manajemen laba yang dilakukan oleh Yip, Van Staden, dan Cahan (2011). Pada penelitian ini Yip *et al.* (2011) menguji hubungan pelaporan CSR dan manajemen laba dengan konteks yang lebih spesifik yaitu lingkungan politik. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi berganda. Dari penelitian ini, Yip *et al.* (2011) menemukan adanya hubungan negatif dan signifikan antara CSR dan manajemen laba pada perusahaan minyak dan gas, serta adanya hubungan positif dan signifikan pada perusahaan pangan. Hasil ini didukung dengan adanya pengaruh lingkungan politik dan bukan dikarenakan pertimbangan etis.

Penelitian Makni Gargouri, Francoeur, dan Shabou (2010) meneliti mengenai hubungan antara kinerja sosial perusahaan dan manajemen laba. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang terdaftar di MJRA-CSID database selama tahun 2004-2005. Makni Gargouri *et al.* (2010) menemukan bahwa dimensi kinerja sosial perusahaan mengenai lingkungan dan karyawan secara positif dan signifikan dapat mempengaruhi manajemen laba pada tingkat 5% dan 10%. Hal ini dikarenakan biaya yang ditanggung oleh perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kegiatan lingkungan, dapat mengurangi kinerja keuangan dan memberikan manajer secara insentif untuk mengelola laba. Kinerja sosial perusahaan ini timbul untuk menciptakan kolusi antara manajer dan karyawan yang mana merupakan tujuan dari keuntungan melakukan manajemen laba.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

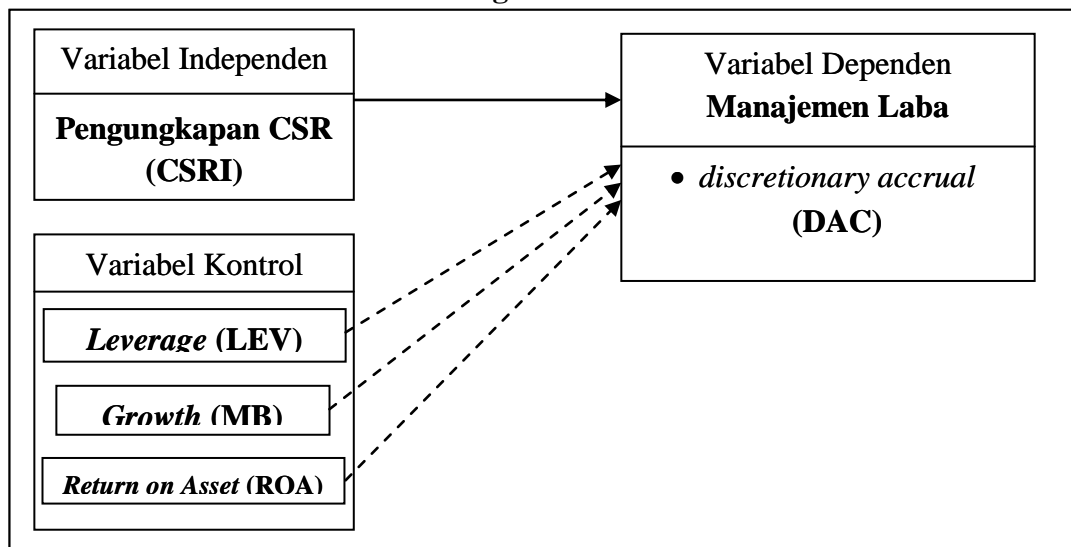
No	Peneliti	Variabel	Hasil
1	Kim, Park, dan Wier (2012)	Dependen: <i>Earnings Management</i> Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba yang diproksikan melalui <i>discretionary accrual, real activities manipulation</i> , dan <i>Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs)</i>
2	Amalia Rudi Nastiti (2010)	Dependen: Manajemen Laba Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba
3	I Gusti Bagus Alit Wahyu Palguna Putra (2013)	Dependen: Manajemen laba Independen: Pengungkapan CSR	Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba yang berimplikasi pada kualitas laba
4	Ajeng Rusmalina Sari Putri (2012)	Dependen: Manajemen laba Independen: Pengungkapan CSR	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara negatif terhadap manajemen laba.
5	Yip, Van Staden, dan Cahan (2011)	Dependen: <i>Earnings Management</i> Independen: <i>CSR Reporting</i>	Terdapat hubungan negatif dan signifikan antara CSR dan manajemen laba pada perusahaan minyak dan gas, serta adanya hubungan positif dan signifikan pada perusahaan pangan
6	Makni Gargouri,	Dependen: <i>Earnings Management</i>	Dimensi kinerja sosial perusahaan mengenai

	Francoeur, dan Shabou (2010)	Independen: <i>Corporate Social Performance</i>	lingkungan dan karyawan secara positif dan signifikan dapat mempengaruhi manajemen laba pada tingkat 5% dan 10%
--	------------------------------	---	---

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang dikemukakan sebelumnya, kerangka berfikir dari penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba yang diproksikan melalui *discretionary accrual* sebagai variabel dependen. Penelitian ini juga menggunakan tiga variabel kontrol yaitu *leverage*, *growth*, dan *return on assets*. Model penelitian yang diajukan dalam gambar berikut ini merupakan kerangka konseptual dan sebagai alur pemikiran dalam menguji hipotesis.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan atau menurunkan laba bersih yang akan dilaporkan pada laporan keuangan. Seperti yang telah dijelaskan melalui teori keagenan, bahwa praktik manajemen laba ini dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen sebagai agen dan pemilik perusahaan sebagai prinsipal yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya (Salno dan Baridwan, 2000). Dalam hal ini, konflik dapat timbul dikarenakan pemilik dan manajemen perusahaan memiliki tujuan yang berbeda dimana pemilik sebagai prinsipal mempekerjakan manajer agar melakukan tugasnya yang semata-mata untuk kepentingan prinsipal (Anthony dan Govindarajan, 2005).

Kuatnya informasi mengenai perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen, membuat manajer memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan manajemen laba. Manajemen laba ini akan membuat laporan keuangan menjadi tidak akurat sehingga menyebabkan pihak investor maupun pihak yang menggunakan laporan keuangan tersebut tidak menerima informasi yang akurat mengenai perusahaan tersebut.

Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial (*CSR disclosure*) merupakan salah satu pengungkapan informasi yang dilakukan pihak perusahaan kepada pihak ketiga melalui laporan tahunan. Aktivitas tanggung jawab sosial

dilakukan perusahaan karena perusahaan juga membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya.

Menurut Kim, *et al.* (2012), adanya kegiatan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan akan membuat informasi keuangan lebih terpercaya bagi pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan. Perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai aktivitas perusahaannya akan lebih membatasi untuk melakukan praktik manajemen laba. Sebaliknya, perusahaan yang kurang terbuka dalam pengungkapan informasi kegiatan perusahaan cenderung melakukan berbagai bentuk manajemen laba baik untuk keuntungan pribadi maupun keuntungan perusahaan (Patten dan Trompeter, 2003). Hal ini mengakibatkan adanya hubungan negatif antara pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan dengan manajemen laba. Begitu pula pada penelitian Putri (2012) dan Palguna Putra (2013) yang menemukan adanya hubungan negatif dari pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap manajemen laba. Pengungkapan tanggung jawab sosial akan membuat pelaporan keuangan menjadi transparan sehingga mendorong manajer untuk mengurangi praktik manajemen laba.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai bagaimana penelitian ini akan dilakukan. Variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini akan dibahas pada bab ketiga ini.

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini menganalisis secara empiris mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan non keuangan dan jasa yang terdaftar di BEI, sehingga perlu dilakukan pengujian atas hipotesis yang telah diajukan. Pengujian hipotesis dilakukan menurut metode penelitian dan analisis yang dirancang sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti agar mendapatkan hasil yang akurat.

3.1.1 Variabel Dependen

3.1.1.1 Manajemen Laba

Variabel dependen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Manajemen laba dalam penelitian ini diukur menggunakan proksi *discretionary accrual* (DAC) dari model Jones yang dimodifikasi (*Modified Jones Model*). Model ini dianggap lebih baik diantara model lain yang digunakan untuk mengukur manajemen laba (Dechow *et al.*, 1995).

3.1.1.1.1 *Discretionary Accrual*

Manajemen laba dalam penelitian ini dideteksi menggunakan Model *Modified Jones* (1991) dengan proksi akrual diskresioner (*discretionary accrual*). Model modified Jones digunakan dalam penelitian ini karena dianggap model paling baik dalam mendeteksi manajemen laba. Berikut adalah langkah-langkah perhitungan untuk mencari nilai *discretionary accrual* :

1. Menghitung nilai total akrual dengan menggunakan pendekatan arus kas (*cash flow approach*) :

$$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

Keterangan:

TAC_{it} = Total akrual perusahaan i pada tahun ke t.

NI_{it} = Laba bersih setelah pajak perusahaan i pada tahun ke t.

CFO_{it} = Arus kas operasi perusahaan i pada tahun ke t.

2. Mencari nilai koefisien dari regresi total akrual :

Untuk mencari nilai koefisien β_1 , β_2 dan β_3 dilakukan dengan teknik regresi. Regresi ini adalah untuk mendeteksi adanya *discretionary accruals* dan *non discretionary accruals*. *Discretionay accrual* merupakan perbedaan antara total akrual dengan *nondiscretionary accrual*.

$$TAC_{it}/TA_{it-1} = \beta_1 (1 / TA_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}) / TA_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it} / TA_{it-1}) + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

TAC_{it} = Total akrual perusahaan pada tahun t

TA_{it-1} = Total aset perusahaan pada akhir tahun t-1

ΔREV_{it} = Perubahan total pendapatan pada tahun t

ΔREC_{it} = Perubahan total piutang bersih pada tahun t

PPE_{it} = *Property, Plant, and Equipment* perusahaan pada tahun t

ε_{it} = *Error item*

3. Menghitung *Nondiscretionary Accruals* (NDAC)

Perhitungan *nondiscretionary Accruals* (NDAC) dilakukan dengan memasukkan nilai koefisien β_1 , β_2 , dan β_3 yang diperoleh dari regresi. Perhitungan dilakukan untuk seluruh sampel perusahaan pada masing-masing periode.

$$NDAC_{it} = \beta_1 (1 / TA_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}) / TA_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it} / TA_{it-1}) + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

$NDAC_{it}$ = *Nondiscretionary accruals* perusahaan i pada tahun t

4. Menentukan *discretionary accrual*

Setelah didapatkan nilai *nondiscretionary accruals*, menghitung *discretionary accruals* dapat dilakukan menggunakan persamaan berikut:

$$DAC = (TAC/TA_{it-1}) - NDAC$$

Keterangan:

DAC = *Discretionary Accruals*

3.1.2 Variabel Independen

3.1.2.1 Corporate Social Responsibility

CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan. CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Instrumen pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen *Global Reporting Initiative* (GRI) Versi 3.1. GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan laporan berkelanjutan dan berkomitmen terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia. Dalam GRI Versi 3.1 ini, informasi CSR dikelompokkan ke dalam enam kategori, yaitu: aspek ekonomi, kinerja lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Kategori-kategori tersebut terbagi dalam 84 *item* pengungkapan.

Pengukuran CSRI ini dilakukan melalui *content analysis* dalam mengukur *variety* dari CSRI. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan *pendekatan dikotomi*, yaitu setiap kategori informasi pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi skor 1 jika kategori informasi yang diungkapkan ada dalam laporan tahunan, dan nilai 0 jika kategori informasi tidak diungkapkan di dalam laporan tahunan. Selanjutnya, skor dari setiap kategori informasi *Sustainability Report* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Pengukuran dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_y = \frac{\sum X_{ky}}{ny}$$

Keterangan :

$CSRI_y$: *Corporate Social Responsibility Indeks* perusahaan y,

$\sum X_{ky}$: Total dari *dummy variable*: 1 = jika kategori *Sustainability Report* k diungkapkan; 0 = jika kategori *Sustainability Report* k tidak diungkapkan.

ny : Jumlah item untuk perusahaan y, $ny = 84$

3.1.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan tipe variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel bebas terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang diteliti. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage*, *growth*, dan *return on assets*.

3.1.3.1 *Leverage*

Leverage adalah kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya yang dapat diperoleh melalui pihak ketiga yaitu pihak selain investor jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Dalam penelitian ini, *leverage* dihitung dengan membandingkan total hutang dengan total ekuitas yang dimiliki perusahaan pada tahun bersangkutan.

$$LEV = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.1.3.2 *Growth*

Menurut Roychowdhury (2006), *growth* atau pertumbuhan yang dialami perusahaan secara potensial dapat menjelaskan variabel manajemen laba secara signifikan, sehingga proksi *growth opportunities* digunakan dalam penelitian ini. Pertumbuhan perusahaan dihitung menggunakan *market to book equity ratio* (MB) dengan membandingkan nilai pasar (MVE) dengan nilai buku ekuitas (BVE), dimana MVE didapat dari volume dikalikan dengan harga saham dan BVE didapat dari volume dikalikan dengan nilai nominal saham.

$$MB = \frac{\text{Market value of equity}}{\text{Book value of equity}}$$

3.1.3.3 *Return on Assets*

Return on assets (ROA) dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel kontrol untuk memisahkan dampak etis CSR pada manajemen laba setelah mengontrol akibat potensial dari kinerja keuangan perusahaan (Kim *et al.*, 2012). ROA yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan membandingkan laba bersih sebelum pajak tahun sebelumnya dengan total aset tahun sebelumnya.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan non keuangan dan jasa yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dilakukan dengan alasan perusahaan non keuangan dan jasa biasanya banyak melakukan kegiatan CSR dan pengaruhnya terhadap lingkungan sekitarnya lebih besar daripada jenis perusahaan keuangan dan jasa.

Sampel yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan variabel penelitian. Kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan non keuangan dan jasa yang terdaftar di BEI untuk tahun 2010, 2011, dan 2012.
2. Menyediakan laporan keuangan yang lengkap selama tahun 2010, 2011, dan 2012.
3. Menerbitkan laporan berkelanjutan selama tahun 2010, 2011, dan 2012.
4. Memiliki data yang lengkap berkaitan dengan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan berkelanjutan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data sekunder ini diperoleh dari Pojok BEI Fakultas Ekonomika dan Bisnis atau situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.com),

situs-situs resmi perusahaan yang bersangkutan, serta *Sustainability Reporting Award* (isra.ncsr-id.org) untuk memperoleh laporan berkelanjutan. Laporan berkelanjutan digunakan dalam penelitian ini untuk menghindari subjektivitas yang menjadi kelemahan proses skoring dalam *content analysis* yang dilakukan melalui laporan tahunan. Oleh karena itu, dengan menggunakan laporan berkelanjutan ini diharapkan dapat memiliki *gap* seminimal mungkin dengan kegiatan nyata CSR, sehingga pengukuran melalui laporan berkelanjutan ini dapat menggambarkan kegiatan CSR yang mendekati sesungguhnya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan variabel penelitian. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara memperoleh data menggunakan dokumentasi yang berdasarkan pada laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan oleh BEI maupun perusahaan itu sendiri. Data dalam laporan berkelanjutan ditelusuri dengan menggunakan instrumen penelitian berupa *check list* pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Sebelum dilakukan regresi data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan melakukan statistik deskriptif. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi,

varian, maksimum, dan minimum (Ghozali, 2011). Nilai mean adalah nilai rata-rata dari setiap variabel penelitian yang digunakan dalam suatu penelitian. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui besarnya variasi dari data-data yang digunakan terhadap nilai rata-rata untuk setiap variabel dalam suatu penelitian. Nilai maksimum digunakan untuk mengetahui jumlah terbesar dari data yang bersangkutan. Nilai minimum digunakan untuk mengetahui jumlah terkecil dari data yang bersangkutan. Analisis ini hanya bertujuan untuk menganalisis data disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas karakteristik data yang bersangkutan. Analisis statistik deskriptif juga dilakukan untuk mengetahui dispersi dan distribusi data. Statistik deskriptif memiliki kegunaan pokok untuk melakukan pengecekan terhadap input data, karena analisis ini menghasilkan resume data secara umum.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data telah memenuhi asumsi klasik dan dapat diterapkan pada model regresi. Uji asumsi klasik yang dipergunakan dalam penelitian ini antara lain uji normalitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam suatu model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sebagai contoh diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual

mengikuti distribusi normal. Bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Ghozali, 2011).

Pada dasarnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat titik-titik (penyebaran data) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan cara melihat histogram dari residualnya. Dari hasil pengamatan dapat diambil dua keputusan (Ghozali, 2011) :

- a. Bila data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- b. Bila data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan menggunakan grafik dapat menyesatkan bila tidak hati-hati, secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya (Ghozali, 2011). Oleh sebab itu selain uji grafik dianjurkan untuk melengkapinya dengan uji statistik. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Jika hasil *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan di atas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika hasil *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan di bawah 0,05 maka data *residual* terdistribusi tidak normal (Ghozali, 2011).

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menganalisis apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Pada heteroskedastisitas kesalahan yang terjadi tidak random (acak) tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel.

Salah satu uji yang dapat dilakukan dengan melihat gambar plot antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residual (SRESID). Apabila dalam grafik tersebut tidak terdapat pola tertentu yang teratur dan data tersebar secara acak di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka diidentifikasi tidak terdapat heterokedastisitas (Ghozali, 2011). Kelemahan menggunakan analisis dari grafik plot ini yaitu jumlah pengamatan yang mempengaruhi hasil plotting. Semakin sedikit jumlah pengamatan semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik plot. Oleh karena itu, untuk menganalisis data dalam penelitian ini tidak hanya menggunakan uji grafik tetapi juga menggunakan uji statistik.

Dalam penelitian ini untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji statistik yaitu uji glejser. Dalam uji glejser, apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal tersebut, diamati dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2011).

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan pengujian asumsi klasik yang digunakan untuk menganalisis apakah dalam model terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2011). Model regresi harus bebas dari autokorelasi agar dapat dikatakan sebagai model regresi yang baik. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Beberapa cara dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan menggunakan Durbin-Watson dan *run test*. *Run test* digunakan sebagai bagian dari statistik non parametrik dapat pula digunakan untuk menganalisis apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random (Ghozali, 2011). Apabila hasil tes menunjukkan tingkat signifikansi di atas 0,05 maka antar residual tidak terdapat hubungan korelasi sehingga dapat dikatakan bahwa residual adalah acak atau random (tidak terdapat autokorelasi).

3.5.3 Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk menganalisis kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, selain itu analisis ini dapat digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2011). Alat analisis yang digunakan adalah regresi *Ordinary Least Squares* (OLS).

Analisis ini berlandaskan analisis regresi dengan teknik estimasi variabel dependen. Inti metode OLS adalah mengestimasi suatu garis regresi dengan jalan meminimalkan jumlah dari kuadrat kesalahan setiap observasi terhadap garis tersebut. Model persamaan regresi yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

$$DAC_{it} = \alpha + \beta_1 CSRI_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 MB_{it} + \beta_4 ROA_{it-1} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan :

DAC_{it} = Manajemen laba yang diukur menggunakan proksi *discretionary accrual* perusahaan i tahun bersangkutan

$CSRI_{it}$ = Pengungkapan CSR melalui CSR index perusahaan i tahun bersangkutan

LEV_{it} = *Leverage* perusahaan i tahun bersangkutan

MB_{it} = *Market to Book equity ratio* untuk menghitung *growth* perusahaan i tahun bersangkutan

ROA_{it-1} = *Return on Assets* perusahaan i pada tahun sebelumnya

ε = *Error item*

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien regresi

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini merupakan pengujian statistik penelitian yang memperoleh hasil dari diterima atau ditolaknya hipotesis penelitian. Uji hipotesis ini terdiri dari tiga bagian, bagian pertama akan dibahas mengenai uji F, bagian kedua uji koefisien determinasi (R^2), dan yang terakhir mengenai uji t.

3.5.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka koefisien regresi tidak signifikan. Ini berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka koefisien regresi signifikan. Ini berarti secara simultan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Selain dari nilai signifikansinya, model regresi tersebut layak digunakan dengan melihat nilai F, apabila nilai F lebih besar dari 4 maka semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk menggambarkan seberapa jauh kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik.

Dalam kenyataan nilai *adjusted R²* dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R²* negatif, maka dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted R²* = 1 sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *adjusted R²* = $(1-k) / (k-n)$. Jika $K > 1$, maka *adjusted R²* akan bernilai negatif (Ghozali, 2011).

3.5.4.3 Uji Statistik t

Uji hipotesis dilakukan dengan uji t. Uji statistik t dalam penelitian ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini menguji signifikansi koefisien variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan dan penolakan hipotesis akan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.
- b. Jika nilai signifikansi (sig) lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima.